

Höherer Umsatz dank Espace Media

Das Zürcher Verlagshaus Tamedia ist 2008 vor allem dank der Übernahme der Berner Espace Media gewachsen.

Im vergangenen Jahr flossen erstmals die Zahlen eines ganzen Geschäftsjahres der Berner Espace Media AG, die unter anderem die «Berner Zeitung» und den «Bund» herausgibt, in das Ergebnis des Zürcher Verlagshauses Tamedia ein. Im Vorjahr waren es nur drei Monate gewesen. «Der Zusammenschluss mit Espace Media hat massgebend zum Umsatzwachstum von Tamedia beigetragen», sagte Tamedia-Präsident Pietro Supino an der gestrigen Bilanzmedienkonferenz. Der Umsatz stieg um 20,8 Prozent. Die Rentabilität hielt indes nicht Schritt. Der Reingewinn schrumpfte um 29,8 Prozent auf 105,8 Millionen Franken. Tamedia-Chef Martin Kall führte dies auf die Investitionen in verschiedene Projekte zurück. Dazu gehören die Lancierung des Onlinenetzwerks Newsnetz, dem auch www.bernerzeitung.ch angeschlossen ist, und die Lancierung der Gratiszeitung «News». Ohne diese Projekte wäre der Betriebsgewinn um rund 30 Millionen Franken höher ausgefallen.

Der Entscheid zum «Bund»

Das Verlagshaus steht auf dem Platz Bern vor einem mit Spannung erwarteten Entscheid. Bis Mitte Jahr will der Verwaltungsrat entscheiden, ob die Tageszeitung «Der Bund» künftig eng mit dem «Tages-Anzeiger» zusammenarbeiten wird oder ob es zu einer Zusammenlegung von «Berner Zeitung» (Auflage: 158000) und «Bund» (Auflage: 54000) kommen wird.

Tamedia-Präsident Pietro Supino bekräftigte den bislang bekannten Fahrplan: «Wir erwarten Entscheidungsgrundlagen im Laufe des Sommers, damit wir die Entscheide in der zweiten Jahreshälfte umsetzen können», sagte er. «Die laufenden Projekte», fügte er an, «sind von grosser Tragweite für die Medienlandschaft, für die Mitarbeitenden und das Unternehmen.» Mehr wollte er dazu nicht sagen.

Tamedia weist für 2008 letztmals gewisse Kennzahlen der ehemaligen Espace Media Groupe aus: Die von der Espace Media AG übernommenen und bei Tamedia verbliebenen Unternehmensteile wiesen einen Umsatz von 225 Millionen aus, der Betriebsgewinn liegt bei 21

Millionen. Die Zahl der Mitarbeiter nahm von 984 auf 789 ab. Diese erhalten in diesem Jahr erstmals eine Mitarbeiterbeteiligung von 738 Franken. Der Rückgang der Mitarbeiterzahl ist vor allem auf den Verkauf des Druckereiunternehmens Benteli Hallwag zurückzuführen. Der Teil Espace Media war 2008 weniger rentabel als das Tamedia-Stammhaus, das indes von der hohen Rentabilität der Gratiszeitung «20 Minuten» profitiert.

Schwieriges Jahr erwartet

Die Tamedia-Spitze geht davon aus, dass die Inserateneinnahmen – vor allem diejenigen für die Stellenanzeigen – 2009 wegen der Krise markant zurückgehen werden. Die Stellenanzeigen werden zudem stark ins Internet verlagert, was den Zeitungen zu schaffen macht. Diesem Trend will auch das Unternehmen folgen: Mit Newsportalen und Onlinemarkt-Plattformen wie Jobwinnner will das Unternehmen künftig wachsen. «Mittelfristig soll ein Viertel des Gewinns aus dem Onlinegeschäft stammen», sagte Tamedia-Chef Kall.

Stefan Schnyder